
R. Ballesté

ESPACIO DE PUBLICIDAD

ARGENTINA V
DOBLEM

TENDENCIAS DE LA MODA ARGENTINA

MAUREENE DINAR, cuyas colecciones descubren claves para las tendencias de la moda argentina, reflexiona sobre las partiularidades de la creación de vestimenta en el país, y nos adelanta algunas de las novedades de la remporada PRIMAVERA/VERANO'92.

SE PUEDE HABLAR DE UNA MODA ARGENTINA?

M.D.: Por supuesto. La "MODA ARGENTINA" cuenta con excelentes diseñadores. Se transforma y crea un estilo propio. En nuestras colecciones se destacan y resaltan las virtudes y elegancias de la Mujer Argentina.

COMO SE LA DISTINGUE?

M.D.: Por un lado le gusta el cambio, y por el otro conserva ciertas formas tradicionales. La sensación de actualidad asegura el "touch" argentino, que siempre está presente.

EL PUBLICO INFLUYE A LA HORA DE DETERMINAR UNA TENDENCIA?

M.D.: Si el enfoque es meramente comercial, sí. Ahora bien, si tenemos ganas de crear, si el diseñador es el que intenta cautivar al público, lo hará con cosas nuevas, atractivas.

CUAL ES TU PROPUESTA PARA LA TEMPORADA PRIMAVERA/VERANO '92?

M.D.: Una tendencia fresca, ropa ágil y arreglada sin caer en la vulgaridad y lo uniformado. Colores claros, muy importante el crudo. Lo variado, ya sea en los largos (sobre las rodillas o casi a los tobillos, insinuante), en amplitud: vestidos "TU-TU" o super adherentes, transparencias, bordados, hasta llegar a los infaltables TAILLEUR CHANNEL, siempre presentes en mis colecciones.



Argentina Vende Moda abre las puertas de su 14ava edición consecutiva. El Salón Nacional del Pret a Porter resulta ya la única exposición de modas y salón de ventas profesional cuya apertura constituye la fecha oficial del comienzo de la temporada de compras.

Debido a su creciente capacidad de convocatoria, esta edición cuenta con la novedad de realizarse simultáneamente en los salones del Sheraton Hotel y el Plaza Hotel, a fin de dar cabida a sus más de 130 expositores. La exposición se realizará los días 10, 11 y 12 de agosto, en el horario de 14 a 21 hs.

En ella será posible analizar en un ámbito profesional calidad, diseños y tendencias de lo más representativo del sector. De esta manera se logra no sólo agilizar el circuito de ventas en un mercado cada vez más competitivo. También se apunta a racionalizar la oferta, permitiendo una elección a los comerciantes que a ella acuden, que podrán juzgar y ayudar a definir las tendencia de la próxima temporada.

El objetivo de la exposición es poner a disposición del público con la justa antelación las colecciones, para que puedan encargar las prendas que le serán requeridas con el tiempo necesario para su procedimiento, ganando costos y financiación.

Este punto de encuentro ya es tradicional para el periodismo especializado que difunde, cada temporada, las propuestas de Argentina Vende Moda, y resulta insoslayable para quien necesite informarse sobre la moda que efectivamente vestirá la mujer argentina.

A través de sus 14 ediciones el Comité Organizador ha depurado y perfeccionado un detallado mayling de investigaciones que abarca a todo el comercio minorista nacional y de países limítrofes, lo que se traduce en un poder de convocatoria que moviliza a más de 10.000 visitantes. En este caso, potenciado a traves de la Semana de la Moda en Buenos Aires. Este emprendimiento conjunto de cinco cámaras empresarias consiste

ESPACIO DE PUBLICIDAD

ARGENTINA VENDE MODA 14: DOBLEMENTE CLASICA



R. Ballesté



TENDENCIAS DE LA MODA ARGENTINA



MAUREENE DINAR, cuyas colecciones descubren claves para las tendencias de la moda argentina, reflexiona sobre las partiularidades de la creación de vestimenta en el país, y nos adelanta algunas de las novedades de la remporada PRIMAVERA/VERANO'92.

SE PUEDE HABLAR DE UNA MODA ARGENTINA?
M.D.: Por supuesto. La "MODA ARGENTINA" cuenta con excelentes diseñadores. Se transforma y crea un estilo propio. En nuestras colecciones se destacan y resaltan las virtudes y elegancias de la Mujer Argentina.

COMO SE LA DISTINGUE?
M.D.: Por un lado le gusta el cambio, y por el otro conserva ciertas formas tradicionales. La sensación de actualidad asegura el "touch" argentino, que siempre está presente.

EL PUBLICO INFLUYE A LA HORA DE DETERMINAR UNA TENDENCIA?
M.D.: Si el enfoque es meramente comercial, sí. Ahora bien, si tenemos ganas de crear, si el diseñador es el que intenta cautivar al público, lo hará con cosas nuevas, atractivas.

CUAL ES TU PROPUESTA PARA LA TEMPORADA PRIMAVERA/VERANO '92?
M.D.: Una tendencia fresca, ropa ágil y arreglada sin caer en la vulgaridad y lo uniformado. Colores claros, muy importante el crudo. Lo variado, ya sea en los largos (sobre las rodillas o casi a los tobillos, insinuante), en amplitud: vestidos "TU-TU" o super adherentes, transparencias, bordados, hasta llegar a los infaltables TAILLEUR CHANNEL, siempre presentes en mis colecciones.



Argentina Vende Moda abre las puertas de su 14ava edición consecutiva. El Salón Nacional del Pret a Porter resulta ya la única exposición de modas y salón de ventas profesional cuya apertura constituye la fecha oficial del comienzo de la temporada de compras.

Debido a su creciente capacidad de convocatoria, esta edición cuenta con la novedad de realizarse simultáneamente en los salones del Sheraton Hotel y el Plaza Hotel, a fin de dar cabida a sus más de 130 expositores. La exposición se realizará los días 10, 11 y 12 de agosto, en el horario de 14 a 21 hs.

En ella será posible analizar en un ámbito profesional calidad, diseños y tendencias de lo más representativo del sector. De esta manera se logra no sólo agilizar el circuito de ventas en un mercado cada vez más competitivo. También se apunta a racionalizar la oferta, permitiendo una elección a los comerciantes que a ella acuden, que podrán juzgar y ayudar a definir las tendencia de la próxima temporada.

El objetivo de la exposición es poner a disposición del público con la justa antelación las colecciones, para que puedan encargar las prendas que le serán requeridas con el tiempo necesario para su procedimiento, ganando costos y financiación.

Este punto de encuentro ya es tradicional para el periodismo especializado que difunde, cada temporada, las propuestas de Argentina Vende Moda, y resulta insoslayable para quien necesite informarse sobre la moda que efectivamente vestirá la mujer argentina.

A través de sus 14 ediciones el Comité Organizador ha depurado y perfeccionado un detallado mayling de invesigaciones que abarca a todo el comercio minorista nacional y de países limítrofes, lo que se traduce en un poder de convocatoria que moviliza a más de 10.000 visitantes. En este caso, potenciado a traves de la Semana de la Moda en Buenos Aires. Este emprendimiento conjunto de cinco cámaras empresarias consiste en realizar simultáneamente cinco exposiciones sectoriales relacionadas con la moda: Exposiciones de calzado, cuero, bijouterie e indumentaria de bebés y niños se realizan en la misma semana en distintos predios y hoteles.

De este modo es posible acceder en una misma visita a todas las expresiones profesionales de la moda, ventaja que resulta muy apreciada por los compradores del interior y países limítrofes, que constituyen el grueso de los visitantes.

Estos solos datos alcanzan para mensurar el éxito sostenido a través de los años, y explicar la expectación que provoca cada nueva edición de Argentina Vende Moda.

La exposición es organizada por la Cámara Argentina del Pret a Porter, junto con la Semana de la Moda de Buenos Aires, y cuenta con el apoyo de la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires. Argentina Vende Moda 14 no es una exposición de indumentaria femenina más. Es el SALON NACIONAL DEL PRET A PORTER.

Salón Libertador y Golden Horn del Buenos Aires Sheraton Hotel
Salones Dorado, Gran Hall y Colonial del Plaza Hotel

Días lunes 10, martes 11 y miércoles 12 de agosto de 1992
Horario de 14 a 21 hs.
Informes: Cámara Argentina del Pre a Porter
Tel. 71-8267

AUSPICIA Y ORGANIZA: CAMARA ARGENTINA DEL PRET A PORTER, Gorriti 4837, tel. 71-8267 .

AUSPICIA:: Municipalidad Ciudad de Buenos Aires
Semana de la Moda en Buenos Aires



R. Ballesté

ENDE MODA 14:

ENTE CLASICA



en realizar simultáneamente cinco exposiciones sectoriales relacionadas con la moda: Exposiciones de calzado, cuero, bijouterie e indumentaria de bebés y niños se realizan en la misma semana en distintos predios y hoteles.

De este modo es posible acceder en una misma visita a todas las expresiones profesionales de la moda, ventaja que resulta muy apreciada por los compradores del interior y países limítrofes, que constituyen el grueso de los visitantes.

Estos solos datos alcanzan para mensurar el éxito sostenido a través de los años, y explicar la expectación que provoca cada nueva edición de Argentina Vende Moda.

La exposición es organizada por la Cámara Argentina del Pret a Porter, junto con la Semana de la Moda de Buenos Aires, y cuenta con el apoyo de la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires. Argentina Vende Moda 14 no es una exposición de indumentaria femenina más. Es el SALON NACIONAL DEL PRET A PORTER.

Salón Libertador y Golden Horn del Buenos Aires Sheraton Hotel
Salones Dorado, Gran Hall y Colonial del Plaza Hotel

Días lunes 10, martes 11 y miércoles 12 de agosto de 1992
Horario de 14 a 21 hs.
Informes: Cámara Argentina del Pre a Porter
Tel. 71-8267

AUSPICIA Y ORGANIZA: CAMARA ARGENTINA DEL PRET A PORTER, Gorriti 4837, tel. 71-8267

AUSPICIA:: Municipalidad Ciudad de Buenos Aires
Semana de la Moda en Buenos Aires



R. Ballesté



Ricardo Balleste

CAMARA ARGENTINA DEL PRET A PORTER

EL DESAFIO DE SER MAS EMPRESARIOS

El sector de indumentaria que nuclea la CAMARA ARGENTINA DEL PRET A PORTER está compuesto por pequeñas empresas que conjugan una importante cuota de creatividad a través del diseño y la realización de ropa de moda, con la industrialización de colecciones integrales. En la medida en que se afianza la industria, se perfecciona el diseño y se satisface una demanda cada vez más exigente. En los últimos diez años este sector se ha consolidado como industria autosuficiente, de alta competitividad interna y con una calidad que alcanza niveles internacionales.

La CAMARA ARGENTINA DEL PRET A PORTER nace como resultado de este proceso, nucleando a más de 200 empresas dedicadas a la indumentaria femenina de moda en todas sus vertientes: pret a porter formal e informal, causal, artesanal y tejidos de punto.

La Cámara ha desarrollado una batería de servicios especialmente diseñados para la pequeña y mediana empresa. Su objetivo es colaborar en el desarrollo de estas empresas que deben desenvolverse con escasa infraestructura; también se busca la profesionalización del empresario.

Así, se brindan una serie de asesoramientos con el objetivo de cubrir déficits de organización: Asesores legales, contables, impositivos, de comercio exterior responden a los requerimientos de lo asociados. Por otra parte se desarrolla una intensa actividad de cursos, seminarios y charlas de formación e información: técnicas de venta, empresa familiar, marketing, manejo de personal, análisis organizacional, calidad total. Debates periódicos a cargo de destacados economistas brindan información necesaria para la toma de decisiones. Otro aspecto destacado de la actividad de la Cámara lo constituye su aporte a la comercialización de los productos de sus asociados. Respecto al mercado interno, organiza desde hace siete años la exposición de moda y salón de ventas ARGENTINA VENDE MODA, logrando continuidad y repercusión creciente en cada edición. En el mercado externo, la Cámara ha impulsado misiones comerciales a EEUU, Brasil, Canadá, Chile, España e Italia entre otros.

De las acciones reseñadas se puede extraer una concepción dinámica y particip[ativa de la actividad gremial-empresaria. La función de la Cámara es, entonces, no sólo la defensa del legítimo interés sectorial, sino también, y epecialmente, el fortalecimiento y modernización de las empresas del sector, asumiendo con ellas la tarea de adecuarlas a la nueva realidad económica.

El mercado de indumentaria de moda se encuentra en un momento de gran transformación: las nuevas formas de comercialización, la presencia de los shopping-centers, la incorporación de productos importados en cantidades crecientes, la modificación de pautas de consumo, las nuevas tecnologías al servicio del diseño. Todas estas situaciones inciden en forma directa en las empresas confeccionistas. En este contexto la acción de la Cámara toma especial gravitación y trascendencia, acompañando A los empresarios para ayudarlos a comprender el sentido de las tendencias del mercado, comprensión que les permitirá preparar a sus empresas para que continúen siendo competitivas y exitosas.